



LAS TIC EN LA CALIDAD DE SERVICIO OFRECIDA POR LAS ORGANIZACIONES DADA EL DESARROLLO

View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk

brought to you by CORE

provided by Portal de Revistas Científicas de la Universidad Centrocc

Gilmer Yovanni Castro Nieto*
María Andreína Moros Ochoa**

*Licenciado en Administración Comercial.

Licenciado en Administración Mención Finanzas. Universidad Católica del Táchira. Venezuela.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Título homologado España.

Especialista en Gestión de la Información. Universidad Simón Bolívar. Caracas. Venezuela.

Especialista en Competitividad y Desarrollo Regional. Universidad de Deusto-
Universidad Harvard. España.

Doctor en Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Deusto. España

Docente-Investigador de planta. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia

yovanni.castro@gmail.com

**Licenciada en Contaduría Pública. Licenciada en Administración Mención Finanzas.

Universidad Católica del Táchira. Venezuela.

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales.

Título homologado Universidad del País Vasco. España.

Diplomado en Materia Tributaria. Universidad Católica del Táchira.

Especialista en Competitividad y Desarrollo Regional.

Universidad de Deusto- Universidad Harvard. España.

Doctora en Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Deusto. España.

Docente-Investigador de planta. Fundación Universitaria Konrad Lorenz.

Docente de cátedra. Universidad Cooperativa de Colombia.

andremoros@hotmail.com

RESUMEN

La calidad es uno de los valores más buscados en cualquier organización o empresa, sin embargo, en ocasiones a pesar de los esfuerzos que se realizan no es fácil alcanzar la calidad, debido a factores de orden económico, social y cultural a los que nos enfrentamos. Además, es un concepto con historia tanto en la teoría como en la práctica. Las Universidades se pueden considerar como una de las organizaciones de servicios de gran importancia, debido a la repercusión que tiene en la sociedad en general la calidad que ofrecen. Con lo cual, las personas que las lideran deben ser conscientes de la responsabilidad que enfrentan en el proceso de formación (en todos los aspectos) de los profesionales del futuro, siendo los profesores los ejecutores de esta tarea. En los últimos tiempos las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), han cambiado de forma radical las formas de hacer las cosas, ofreciendo innumerables ventajas y oportunidades mediante su uso. Por esta razón, con este trabajo se realiza una revisión teórica sobre la influencia que han tenido las TIC en la calidad de servicio ofrecida por los profesores universitarios como herramienta para el desarrollo de competencias de los alumnos. Finalmente, se hace una propuesta para realizar a futuro una medición cuantitativa que permita obtener resultados estadísticos sobre dicho impacto.

Palabras clave: calidad, calidad de servicio, TIC, competencias, Servqual, Caltic.

Recibido: 13-04-15.

Aceptado: 12-11-15.

ABSTRACT

For any organization, the product and/or service quality is a relevant value in order to be successful. However, despite the great efforts made by decision makers and employees within the organizations, it is not easy to achieve quality goals due to the economic, social and cultural challenges they must face in the competitive environment. Furthermore, quality is a concept that has been long discussed both in theory and practice. Universities can be considered as the most important service organizations. This is because of their impact on the society goes beyond that of any other organization, since the quality level of the education services offered by a university may, in turn, have an impact on the product and/or service quality of the organizations for which university trains professionals. Thus, leaders of universities must be aware of the responsibility they face in the process of training (in all aspects) future professionals. This is a task in which teachers are the main doers. In recent years, the information and communication technologies (ICT) have changed radically the way people work, communicate, live and do anything. Nowadays, the use of ICT offers countless advantages and opportunities. Accordingly, as education services may serve as a tool for the development of competences in students, this work is aimed at conducting a theoretical review of the impact that ICT have had on the quality of the education services provided by university teachers. Likewise, as a way for future research, this work will present a proposal to perform a quantitative measurement of such impact.

Key words: quality, quality of service, TIC, competences, Servqual, Caltic.

THE TECHNOLOGY ON THE QUALITY OF SERVICES OFFERED BY PROFESSORS FOR THE DEVELOPMENT OF COMPETENCIES IN UNIVERSITY'S STUDENTS

Gilmer Yovanni Castro Nieto
María Andreína Moros Ochoa

INTRODUCCIÓN

Con el presente trabajo se pretende realizar un análisis teórico en forma de ensayo, tomando en cuenta los autores más destacados en el tema, con el fin de analizar la influencia de las TIC en la calidad de servicio ofrecida por los profesores universitarios para el desarrollo de competencias en los alumnos.

Para cumplir con este objetivo general, fue necesario desarrollar algunos objetivos específicos como son: definir la calidad de servicio en las universidades; analizar los factores a los que se atribuye la calidad de servicio en las universidades; definir los tipos de clientes en las universidades; analizar las competencias laborales y por último, analizar la influencia de las TIC en la calidad de servicio ofrecida por los profesores universitarios.

Después de la disertación que se hizo sobre el tema y de cumplir con los objetivos propuestos se pudo concluir, según el análisis teórico realizado, que las TIC influyen en la calidad de servicio ofrecida por los profesores universitarios para el desarrollo de competencias de sus alumnos. Posteriormente se realizan algunas recomendaciones para hacer, en el futuro, un estudio cuantitativo mediante la aplicación del modelo de percepción de calidad Caltic (que tiene su origen en el Servqual) con la finalidad de realizar un análisis más profundo sobre el impacto de las TIC en la calidad de servicio en las universidades.

CALIDAD DE SERVICIO EN LAS UNIVERSIDADES

Uno de los precursores de la calidad, Deming (1989: 132), afirma que “la calidad sólo puede definirse en función del sujeto”. Este autor considera la calidad como un concepto subjetivo, ya que estará definido por la persona que juzgue o evalúe el producto o servicio, con lo cual la apreciación puede cambiar de una persona a otra.

Otro experto en calidad como lo es Juran (1990:14) tiene una definición concisa sobre la calidad. Para él la “Calidad significa adecuación al uso”.

Años más tarde, Membrado (2004:25) defiende un concepto más moderno, al definir la calidad como “una forma de gestión empresarial, mediante la que se trata de hacer a las organizaciones más eficaces y eficientes, mejorando la satisfacción de todas las partes interesadas y optimizando la gestión de sus recursos y procesos internos”.

Es importante que la empresa (de bienes o servicios) tome la calidad como una opción a seguir y en la que todas las personas involucradas en el proceso productivo deben participar, no como una imposición de la dirección. Estas personas deben estar convencidas que es para beneficio y satisfacción propia y colectiva, ya que si los procesos son de calidad se hace un aprovechamiento óptimo de los recursos y se aumenta la motivación por el trabajo bien hecho y los buenos resultados son reflejo también del cumplimiento de los objetivos individuales.

En el caso de las empresas de servicios es importante tener en cuenta que no existe la posibilidad de corregir errores, como se haría con un producto en el que se establecen con anterioridad todos aquellos requerimientos que debe cumplir y se vigila todo el proceso para que se cumplan. Es decir, si en una empresa industrial sucede el defecto en un producto, este se puede corregir antes de que llegue al cliente o se reemplaza, lo que no influirá en su percepción de calidad.

En una empresa de servicio la valoración se produce inmediatamente después de recibirlo y su percepción será buena o mala en el instante en que lo recibe, por esta razón puede ocurrir que al recibir un servicio, aun cuando éste sea mucho mejor de lo que se esperaba, surjan nuevas necesidades que modifiquen las expectativas iniciales del cliente y alteren su percepción final.

Es decir, el concepto de calidad en empresas de servicios no es estático, responde a las necesidades y demandas de los “clientes”. Zeithaml y Bitner (2002:107) coinciden en que desde el punto de vista del cliente, “la impresión más vivida del servicio ocurre en el encuentro del servicio o momento de la verdad, es decir, cuando los clientes interactúan con la empresa de servicio”. Esto ha llevado a que las investigaciones en torno a la evaluación del servicio estén dirigidas hacia la búsqueda de asociación entre el servicio prestado y el comportamiento de los clientes al recibirlo, como lo señalan Zeithaml (2000) y Brady y otros (2002).

Otra diferencia importante entre la

calidad de un producto y un servicio es la mencionada por Kotler y Armstrong (2013) para quienes los servicios se venden primero y se producen y consumen al mismo tiempo. Además, señalan: la inseparabilidad del servicio, lo que significa que no se pueden separar de su proveedor (máquinas o personas); la variabilidad del servicio hace referencia a que la calidad depende de la persona que los proporciona y de cómo, cuándo y dónde se prestan y, por último, la caducidad del servicio, es decir, que no se pueden almacenar para su venta posterior.

Por lo anteriormente expuesto, se debe tener en cuenta la importancia de los usuarios en cualquier organización de servicios. Son ellos los que miden la percepción de calidad de acuerdo al cumplimiento o no de sus expectativas y son ellos los que realmente, de manera informal, pueden posicionar la marca de acuerdo a su nivel de satisfacción.

En el caso de las universidades, que son las organizaciones de servicio en las cuales se basa este estudio, cada trabajador cumple un papel protagonista para lograr la satisfacción de los beneficiarios. Al respecto, Lozano (2004), resalta la necesidad de dejar que los empleados aporten su valor añadido, gestionando ese valor y haciéndolo perdurar dentro de la empresa. Para este autor, es importante contar con personal cualificado (gracias a su desarrollo profesional y personal), siendo necesaria una buena herramienta que contribuya a que todos los empleados conozcan anticipadamente las ventajas del servicio que ofrecen y a que pue-

dan transmitir un amplio conocimiento a los clientes.

La búsqueda de la calidad es un proceso complejo y todavía más, en las instituciones de educación. En los últimos años es evidente el crecimiento de la oferta en el sector, con lo cual deben destacarse, no sólo para sobresalir sino para mantenerse en el mercado mediante el desarrollo de competencias de sus alumnos.

FACTORES A LOS QUE SE ATRIBUYE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS UNIVERSIDADES

En la revisión bibliográfica, se puede observar que han sido numerosos factores a los que se atribuye la calidad en las instituciones de educación, los cuales se pueden resumir en:

- Físico: edificios e instalaciones, mobiliario, material didáctico, biblioteca, espacios de ocio, laboratorios, equipos tecnológicos, entre otros.
- Sistemas de comunicación y evaluación. Deben permitir una interacción fluida entre los componentes de la organización y con la sociedad en general. Es importante tener un espacio web en el que fluya la información en todos los niveles de la institución y sea punto de consulta para la sociedad en general. En la actualidad, es importante estar presente también, en las redes sociales.
- Personal docente: capacitación,

estabilidad y permanencia, salud laboral, experiencia, liderazgo docente.

- Personal no docente: profesionales de apoyo y administrativos.
- Organización de la institución a nivel de estructura, autonomía, proyecto educativo y curricular, programación y planificación, adaptación a la realidad.
- Metodología educativa, la cual se refiere a la realización de funciones y tareas.

Otro factor que no se puede obviar y que puede influenciar en la percepción de calidad es el económico. En los países latinoamericanos los recursos públicos destinados a la educación son limitados, en el caso de Colombia para el 2012 (dato más reciente), según el Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia (2015b), del gasto público se dedicaba el 1% para la educación superior. Esta situación ha dado lugar a que la oferta pública sea muy restringida y nazcan numerosas instituciones de orden privado que han visto una oportunidad en este sector.

Es decir, se ha ampliado el abanico de instituciones privadas y en este caso, los “clientes” valoran el retorno de la inversión, buscan un beneficio claro a la hora de hacer su elección y miden la calidad de lo que se les ofrece. Y en esta búsqueda de calidad, las instituciones de educación deben tomar en cuenta los factores socio-económicos, culturales, morales y psicológicos de los alumnos para maximizar sus capa-

ciudades y poderles ofrecer los servicios que realmente se les pueden prestar, ya que son los estudiantes los que al final miden la calidad que se les ofrece.

Sin embargo, como lo afirma Valenzuela (2010), la calidad en la edu-

cación superior, ha sido un concepto en el que todavía los estudiosos no se ponen de acuerdo. El autor menciona indicadores de calidad que referencian algunos académicos, los cuales se resumen en la Tabla 1 que se presenta a continuación:

Tabla 1.
Indicadores de calidad

AUTORES	INDICADORES
Cheng (2003)	Resultado académico de los alumnos, la cantidad y grado de importancia de las acreditaciones que puede obtener una institución de enseñanza.
Tobías, (2000); Colclough y otros (2005)	Desarrollo cognitivo de los educandos y el papel que desempeña la educación en la promoción de las actitudes y los valores relacionados con la buena conducta cívica.
Orlyk, (2000); Cardona y Zapata (2003)	Curriculum, los programas, las facultades, la evaluación docente.
Lemaitre, (2004); Woodhouse (2004); Armanet (2004)	El grado de cumplimiento de algún estándar predefinido, legitimación o acreditación.

Elaboración propia. Fuente: Valenzuela (2010).

Una vez realizada la revisión bibliográfica se puede afirmar que todos estos indicadores, a los que hace mención Valenzuela (2010), son importantes y deben ser tomados en cuenta a la hora de medir la calidad en las instituciones de educación superior.

A continuación, se realiza una clasificación de “clientes” en el contexto, con el fin de definir las personas que valoran esta calidad ofrecida por los profesores universitarios.

**TIPOS DE CLIENTES
EN LAS UNIVERSIDADES**

En términos de marketing, el cliente es quien percibe la calidad del ser-

vicio y puede hacer una valoración sobre ella. Sin embargo, para algunos la definición de cliente no es correcta para los beneficiarios de la educación, como lo comentan Blanco y Blanco (2007), quienes dicen que ha habido rechazo unánime a este término en las universidades, dando origen a muchas discrepancias entre los académicos al respecto.

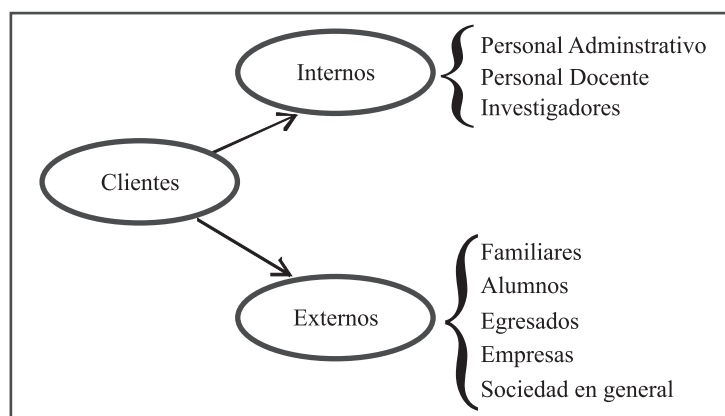
Aun así, en este trabajo se considera pertinente utilizar el término “cliente” en las instituciones de educación superior. Aunque en el camino se puedan tener muchas discrepancias, el principal objetivo de cualquier institución de educación superior debe ser lograr la satisfacción total de sus clientes.

Siguiendo en esta línea, Senlle y Gutiérrez (2004), hacen una clasificación de los clientes de la educación en:

- Primarios: educandos o profesores.
- Secundarios: la familia.
- Terciarios: la sociedad.

Sin embargo, los clientes internos también son una parte importante a la hora de medir la calidad de servicio. Así, según el análisis realizado, se definen dos tipos de clientes en las universidades: **cliente interno** y el **cliente externo** (ver Figura 1).

Figura 1.
Tipos de clientes en las instituciones educativas



Elaboración propia.

Dentro de la clasificación de clientes internos (personal administrativo, docente e investigadores), es importante tener en cuenta la opinión de todos a la hora de planificar las estrategias a seguir, porque son ellos quienes forman la cadena de servicio, tienen contacto con los consumidores finales y pueden identificar sus necesidades reales como variables a estudiar, lo que permite desarrollar competencias que se conviertan en factores diferenciadores entre las instituciones. En el caso de los clientes externos (familiares, alumnos, egresados, empresas y sociedad en general), los familiares pueden influir a priori en la elección de la institución y/o carrera a estu-

diar, creando una expectativa difícil de cumplir o errónea en algunos casos sobre lo que debe esperar en su condición de alumno, lo cual genera un impacto positivo o negativo en su percepción de calidad.

Otro colectivo a tener en cuenta, dentro de los clientes externos, son los egresados, quienes valoran el servicio recibido en su momento y son el reflejo de lo que se enseña. A su vez, las empresas de acuerdo a la experiencia que tengan, van formando un estereotipo del alumno en su condición de prácticas o como egresado según el rendimiento y las competencias desarrolladas en el campo laboral.

DESARROLLO DE COMPETENCIAS

En este punto de “Desarrollo de competencias” que es uno de los analizados en este trabajo, se hace mención al concepto de Gonczi y Athanasou (1996) para quienes la competencia se concibe como una compleja estructura de atributos necesarios para el desempeño de situaciones específicas. Es una compleja combinación de atributos (conocimiento, actitudes, valores y habilidades) y las tareas que se tienen que desempeñar en determinadas situaciones. Para algunos, ha sido llamado un enfoque holístico en la medida en que integra y relaciona atributos y tareas, permite que ocurran varias acciones intencionales simultáneamente y toma en cuenta el contexto y la cultura del lugar de trabajo. Nos permite incorporar la ética y los valores como elementos del desempeño competente.

Atendiendo a la revisión bibliográfica realizada, se puede comprobar que existen varios tipos de competencias. En Colombia, según el Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia (2015a), es prioridad en el sistema educativo, la formación de Competencias Laborales Generales (CLG), por las siguientes razones:

- 1 La competitividad ha originado grandes cambios en las organizaciones productivas, por lo cual, se debe desarrollar trabajo en equipo, redes que usen TIC, que tengan procesos flexibles y que tengan en cuenta a los clientes.
- 2 El país necesita personas capaces

de adaptarse a los cambios que se producen en el entorno, deben ser versátiles y polivalentes, que sepan identificar oportunidades para crear negocios, asociarse con otros o generar unidades productivas de carácter asociativo y cooperativo.

- 3 En los procesos de selección los empresarios tienen en cuenta de manera especial las condiciones personales como el comportamiento ético y las capacidades para comunicarse, trabajar en equipo y manejar recursos e información.
- 4 La formación de CLG no implica reemplazar la preparación ofrecida por las áreas fundamentales en las instituciones educativas; por el contrario, puede coadyuvar en el proceso de la formación necesaria para ingresar a la educación técnica, tecnológica o universitaria, porque enriquece la estructura cognitiva de los estudiantes.
- 5 El desarrollo de CLG sirve de base para la construcción del proyecto de vida de los jóvenes.

A continuación se resumen en la Tabla 2 la clasificación de las Competencias Laborales Generales.

Tabla 2.
Clasificación de las Competencias Laborales Generales (CLG)

Personales	Orientación ética Dominio Personal Inteligencia emocional Adaptación al cambio
Intelectuales	Toma de decisiones Creatividad Solución de problemas Atención Memoria Concentración
Empresariales y para el emprendimiento	Identificación de oportunidades para crear empresas o unidades de negocio Elaboración de planes para crear empresas o unidades de negocio Consecución de recursos Capacidad para asumir riesgos Mercadeo y ventas
Interpersonales	Comunicación Trabajo en equipo Liderazgo Manejo de conflictos Capacidad de adaptación Proactividad
Organizacionales	Gestión de la información Orientación al servicio Referenciación competitiva Gestión y manejo de recursos Responsabilidad ambiental
Tecnológicas	Identificar, transformar, innovar procedimientos Usar herramientas informáticas Crear, adaptar, apropiar, manejar, transferir tecnología Elaborar modelos tecnológicos

Elaboración propia. Fuente: Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia (2015a).

Se puede observar que esta clasificación contempla una extensa gama de competencias, todas ellas importantes y que se deben desarrollar en el proceso educativo. Así, el deber de los profesores universitarios es poner en práctica y a su vez enseñar estas competencias, es decir actuar como líderes

en el proceso de aprendizaje y motivar al equipo para que participen en el desarrollo y mejoramiento de las mismas, con la convicción de ofrecer una buena calidad de servicio a sus alumnos. Para ello en esta época, debido a factores como la globalización y la internacionalización, deben apoyarse en las TIC

no sólo para desarrollar las competencias “tecnológicas” sino también todas las demás mencionadas en la Tabla 2.

Así pues, en este apartado, es necesario acotar que el desarrollo de competencias no siempre depende de las calificaciones del alumno, aunque sin duda se han convertido en un aval a la hora de valorar oportunidades. Sin embargo, existen casos en los que los alumnos no han tenido unas notas sobresalientes pero después, en el campo laboral tienen un desempeño excelente, con lo cual es un punto a tomar en cuenta.

Lo fundamental es que el alumno adquiera los conocimientos y destrezas necesarias para desarrollar eficaz y eficientemente sus funciones en el campo laboral, ya sea como empleado, jefe o dueño de su propia organización y en este proceso de aprendizaje las TIC son una herramienta para transmitir esos conocimientos.

A continuación, para cumplir el último objetivo específico planteado, se pretende analizar teóricamente el papel de las TIC en la calidad de servicio ofrecida por los profesores universitarios.

EL PAPEL DE LAS TIC EN LA CALIDAD DE SERVICIO OFRECIDA POR LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS

Es evidente que el concepto de calidad de servicio es complejo, incuestionablemente, la comprensión de dicho término requiere atender al juicio del

cliente, el cual maneja cada vez más información y dispone de diferentes herramientas que le permiten su comprensión, por lo que demanda no sólo calidad en los bienes y servicios sino también en la atención que recibe.

Al respecto, es oportuno resaltar la opinión de Zeithalm y otros (1993), quienes afirman que la tecnología utilizada correctamente es parte integral de la prestación de las características del servicio que los clientes esperan. Sin embargo, comentan que la tecnología debe combinarse con un “toque humano”, utilizarse como apoyo a la estrategia de servicio y se debe centrar siempre en los clientes, se entiende con ello que el cliente siempre debe sentir el respaldo de una persona que le ofrezca su apoyo en el caso que lo considere necesario.

En este proceso de búsqueda de calidad, las TIC han pasado a formar parte primordial en cualquier empresa u organización. Su aplicación permite: agilizar procesos, acortar distancias, dinamizar trabajos y, en el caso específico de las universidades, permite realizar de forma eficaz y eficiente la transferencia de conocimiento.

En el campo educativo, las TIC se han convertido en una herramienta útil en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Su uso puede influir en el clima laboral, relaciones alumno-profesor, orientación y tutoría, evaluación, participación en la comunidad educativa para la transferencia de conocimiento y en el futuro desenvolvimiento profesional de los alumnos, es decir, en el desarrollo de sus competencias.

En la actualidad, los profesores no se deben conformar con el sólo hecho de hacerles llegar la información a los alumnos porque en la mayoría de los casos ya está a su alcance, por lo que deben apoyarse en las TIC como herramientas facilitadoras para la transmisión de conocimiento. Se les debe enseñar a valorar y analizar esta información disponible, para el proceso de toma de decisiones.

Aunado a los avances tecnológicos que se han dado en el sistema de enseñanza tradicional, se puede observar cómo el proceso de enseñanza “online” o “en línea” se ha convertido en una oferta interesante para personas que por diversas circunstancias no pueden recibir educación presencial y ven en esta modalidad una alternativa, que ha demostrado un buen nivel de calidad y una disminución importante de costos.

Como lo comenta Martínez (2015), la educación online es uno de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (2014-2018) del Gobierno de Colombia. Los países con mejor perspectiva en educación online son Brasil con un crecimiento del 21,5%, Colombia con 18,6%, Bolivia con 17,8% y Chile con 14,4%. Este autor hace referencia a que la educación colombiana en la actualidad tiene un importante componente online, lo que evidencia el progreso del país y es una forma de acceder a programas académicos de alta calidad a nivel internacional.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que al modificar con la educa-

ción online las pautas tradicionales y la organización universitaria, puede existir resistencia al cambio, por lo tanto, los alumnos y los profesores deben ser conscientes del peligro que supone sustituir totalmente a la persona por las TIC. No se debe olvidar la importancia del componente humano en el proceso de enseñanza, la persona debe ser “facilitador” de las TIC pero sin dejar de lado las relaciones que conllevan y, en el caso de la educación online, siempre debe existir alguien que soporte la plataforma en el caso de dudas o necesidad de aumentar la información.

Lo anterior implica que las TIC no deben sustituir las relaciones personales, pero sin duda se deben aprovechar las ventajas que ofrecen. Una de las más importantes es la internacionalización que se puede lograr, siendo un factor clave de medición de calidad en las instituciones de educación en Colombia. Otra ventaja, que se puede mencionar, es que los profesores online (en la mayoría de los casos) se dedican a otra actividad y la comparten con la enseñanza virtual, por lo que está cargada de la experiencia profesional real que puede ser un valor añadido para los alumnos, pero a la vez, puede suponer que no tengan la pedagogía necesaria para enseñar, así que debe existir un control sobre el desarrollo del trabajo y la satisfacción de los estudiantes.

Así pues, en esta sociedad tan cambiante, las universidades deben adaptarse al entorno, no se deben conformar con cumplir un currículum establecido sino que deben ser innovadoras y para ello deben apoyarse en el uso de las

TIC, con el fin de desarrollar competencias en los alumnos para que puedan tener un mejor desempeño y proyección en el mundo laboral.

RECOMENDACIONES

Se propone a futuro realizar una investigación cuantitativa que permita obtener conclusiones precisas sobre el impacto de las TIC en la calidad de servicio que ofrecen los profesores universitarios para el desarrollo de competencias de sus alumnos, tomando en cuenta las variables mencionadas.

Para ello, de acuerdo a los estudios anteriores realizados en universidades en el tema de medición de calidad, se comprueba que el modelo Servqual es muy completo para conocer la percepción de calidad de servicio. Como estudios anteriores, se puede mencionar el realizado por Reyes y Reyes (2009) cuyos resultados fueron expuestos en el X Congreso Nacional de Investigación Educativa en México.

O también el realizado en Colombia, por Vergara y Quesada (2011) en la Universidad de Cartagena, quienes utilizan el Servqual para la medición de calidad y la hipótesis empleada por Oh (1999) resuelta mediante el uso del concepto de ecuaciones estructurales.

El conocido modelo Servqual se refiere a una escala de múltiples elementos para medir las prestaciones al cliente sobre la calidad del servicio. Parasuraman y otros (1988) plantearon la medición de la calidad de servicio percibido como el grado de discrepan-

cia entre las percepciones y las expectativas de los consumidores, habiendo comenzado sus estudios en el año 1983 apoyándose en estudios previos como el de Sasser y otros (1978) y el de Grönroos (1982).

El modelo Servqual inicialmente estaba definido por diez criterios o dimensiones generales (agrupadas en 97 ítems), las cuales fueron escogidas a partir de sesiones de grupo entre clientes, para juzgar la calidad del servicio. Los resultados obtenidos indicaron la necesidad de reducir el número de dimensiones y reasignar algunos ítems. Todo el proceso se repitió varias veces hasta reducir el modelo a 34 ítems. Posteriormente, se aplicaron todas las pruebas de validez y fiabilidad y obtuvieron siete dimensiones a las que se le aplicó de nuevo la fase de reducir el número de dimensiones estableciendo una escala de 22 ítems, que representaron las cinco dimensiones finales del modelo.

Así, estos investigadores dieron origen al modelo Servqual el cual permitió conocer las deficiencias para ofrecer un servicio excelente. Estas deficiencias se originan por las diferencias existentes entre las percepciones y las expectativas.

El entender la percepción de calidad mediante el desajuste entre el servicio esperado y el servicio percibido es un concepto que ha sido soportado por varios autores entre los que se pueden mencionar: Berry y otros (1985), Brown y Swartz (1989), Bitner (1990), Bolton y Drew (1991) y Lloréns (1996), constituyendo la base para el

desarrollo teórico y metodológico del modelo Servqual.


Existe una adaptación de este modelo llamada Caltic, producto de una Tesis Doctoral (Moros, 2011), que cuenta con el rigor académico para considerarlo válido y fiable. En este modelo Caltic se han tomado en cuenta algunas variables tecnológicas. Ya ha sido aplicado en el sector bancario, hostelero y en el sector sanitario y en los tres casos se ha determinado si la percepción de calidad de los clientes internos y externos ha sido: buena, aceptable o deficiente. Al realizar un análisis de correlación con su nivel de satisfacción se han podido obtener conclusiones interesantes, que han permitido realizar una buena planificación estratégica en base a esos resultados.

La aplicación de este modelo no solo sirve para la mejora de las instituciones, sino que también sirve para fortalecer la formación de investigación en un grupo disciplinado de trabajo, para los interesados en el tema y, por esta razón, se recomienda continuar este trabajo con una investigación cuantitativa que permita conocer datos estadísticos al respecto.

CONCLUSIONES

Una vez que se han cumplido con todos los objetivos planteados se han obtenido las siguientes conclusiones:

- La calidad es un factor fundamental en las instituciones de educación superior, por la repercusión a nivel social que tienen estas organizaciones de servicios.

- Los estudiosos del tema han definido indicadores importantes para valorar la calidad en las universidades como los mencionados por Valenzuela (2010), los cuales deben ser tomados en cuenta a la hora de realizar una medición cuantitativa de la percepción de calidad.
- La definición de “clientes” se considera pertinente para los receptores del servicio en las universidades, por lo tanto, se hace una clasificación de clientes internos y externos y son ellos los que finalmente hacen dicha valoración.
- Se considera que la definición y clasificación de las competencias realizada por el Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia es muy completa y se deben tomar en cuenta a la hora de hacer una valoración estadística.
- Se concluye, teóricamente según la bibliografía consultada, que las TIC influyen en la calidad de servicio ofrecida por los profesores universitarios como herramienta para el desarrollo de las competencias.
- Se recomienda a futuro realizar una investigación cuantitativa que permita medir este impacto de las TIC en la percepción de calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los “clientes” en las universidades, mediante la aplicación del modelo Caltic 

BIBLIOGRAFÍA

- ARRANZ, CÉSAR (2004). **6 sigma aplicado al sector servicios. Experiencia práctica en un call center.** *Calidad*. No. Julio-Agosto. España. pp. 8-12.
- BERRY, LEONARD; VALARIE ZEITHAML and ANANTHANARAYANAN PARASURAMAN (1985). **Quality counts in services, too.** *Business Horizons*. Vol. 28. No. 3. USA. pp. 44-52.
- BITNER, MARY JO (1990). **Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses.** *Journal of Marketing*. Vol. 54. No. 2. USA. pp. 69-82.
- BLANCO G., RICARDO y RICHARD BLANCO P. (2007). **La medición de la calidad de los servicios en la educación universitaria.** *Cuaderno de la Investigación en la Educación*. No. 22. Puerto Rico. pp. 121-136.
- BOLTON, RUTH N. and JAMES H. DREW (1991). **A multistage model of customer assessments of service quality and value.** *Journal of Consumer Research*. Vol. 17. USA. pp. 375-384.
- BRADY, MICHAEL K.; J. JOSEPH CRONIN Jr. and RICHARD R. BRAND (2002). **Performance-only measurement of service quality: a replication and extension.** *Journal of Business Research*. Vol. 55. No. 1. USA. pp. 17-31.
- BROWN, STEPHEN and TERESA SWARTZ (1989). **A gap analysis of professional service quality.** *Journal of Marketing*. Vol. 53. No. 2. USA. pp. 92-98.
- DEMING, W. EDWARDS (1989). **Calidad, productividad y competitividad.** *La salida de la crisis*. Ediciones Díaz de Santos. España.
- GRÖNROOS, CHRISTIAN. (1982). **An applied service marketing theory.** *European Journal of Marketing*. Vol. 16. No. 7. UK. pp. 30-41.
- GONCZI, ANDREW y JAMES ATHANASOU (1996). **Instrumentación de la educación basada en competencias. Perspectiva de la teoría y la práctica en Australia.** En: ARGÜELLES, ANTONIO (Compilador) (1996). *Competencia laboral y educación basada en normas de competencia*. Editorial Limusa. México. pp. 265-288.
- JUÁREZ N., JOSÉ MANUEL y SONIA COMBONI S. (2009). **Competencias laborales y educación: Innovación en la DCSH.** Congreso Divisional "El Sistema Modular, las Ciencias Sociales y las Humanidades en el Siglo XXI". Universidad Autónoma Metropolitana. México. Fuente: desh.xoc.uam.mx/congresodesh/ponencias_fin/1oct/XochicalliamDocencia/competenciaslaborales.pdf (Consultado el 16-02-15).
- JURAN, JOSEPH (1990). **Jurán y el liderazgo para la calidad. Manual para ejecutivos.** Ediciones Díaz de Santos. España.
- LLORENS M., FRANCISCO J. (1996). **Medición de la calidad de servicio: una aproximación a diferentes alternativas.** Granada Servicio de Publicaciones de la Universidad de Granada. España.
- LOZANO, ÁNGEL (2004). **Foro de intercambio de transformación hacia los servicios.** *Excelencia (Club Gestión de Calidad)*. No. 40. España. pp. 6-7.
- MARTÍNEZ, JUAN C. (2015). **El**

- crecimiento de la educación online y sus ventajas.** El Tiempo. Colombia. Fuente: blogs.eltiempo.com/digital-jumper/2015/03/25/el-crecimiento-de-la-educacion-online-y-sus-ventajas (Consultado el 22-10-15).
- MEMBRADO M., JOAQUÍN (2004). **Calidad y resultados económicos.** *Excelencia (Club Gestión de Calidad)*. No. 41. España. pp. 37-43.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA (2015a). **Articulación de la Educación con el Mundo Productivo. Competencias Laborales Generales.** Fuente: www.mineduacion.gov.co/1621/articles-106706_archivo_pdf.pdf (Consultado 24-10-15).
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA (2015b). **Estadísticas del Sector Educativo.** Fuente: menweb.mineduacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal_ind.php?consulta=gasto_publico_nivel&nivel=21 (Consulta el 22-10-15).
- MOROS O., MARÍA A. (2011). **Impacto de las TIC en la calidad de servicio del sector financiero y su influencia en la satisfacción de los clientes. Caso de estudio: Banco Sofitasa-Venezuela.** Universidad de Deusto. España.
- PARASURAMAN, ANANTHANARAYANAN; LEONARD BERRY and VALERIE ZEITHAML (1988). **SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality.** *Journal of Retailing*. Vol. 64. USA. pp. 2-40.
- REYES S., OSCAR y MARCELA REYES P. (2009). **Calidad de servicio educativo: caso de la escuela de artes de la UAPC.** X Congreso Nacional de Investigación Educativa. Consejo Mexicano de Investigación Educativa. México. Fuente: www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_13/ponencias/0489-F.pdf (Consultado el 24-02-14).
- SASSER, W. EARL; RICHARD OLSEN and D. DARYL WYCKOFF (1978). **Management of Service Operations: Text and Cases.** Allyn and Bacon. Boston. USA.
- SENLE, ANDRÉS y NILDA GUTIÉRREZ (2004). **Calidad en los servicios educativos.** Ediciones Díaz de Santos. España.
- VALENZUELA, HUGO (2010). **Los sistemas de calidad en las instituciones educativas. Tendencias actuales.** *La educ@ción Revista Digital*. No. 142. Fuente: www.educoea.org/portal/La_Educacion_Digital/laeducacion_142/articles/LosSistemasdeCalidadenlasInstitucionesEducativasTendenciasActual.es_HugoValenzuela_1.pdf (Consultado el 27-02-14).
- VERGARA, JUAN CARLOS y VÍCTOR MANUEL QUESADA (2011). **Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales.** *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. Vol. 13. No. 1. pp. 108-122. Fuente: redie.uabc.mx/vol13no1/contenido-vergaraquesada.html (Consultado el 14-03-14).
- ZEITHAML, VALERIE (2000). **Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn.** *Journal of Academy of Marketing Science*. Vol. 28. No. 1. pp. 67-85.
- ZEITHAML, VALERIE y MARY JO

BITNER (2002). **Marketing de servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa.** Segunda Edición. McGraw Hill. México.

ZEITHAML, VALARIE;
ANANTHANARAYANAN
PARASURAMAN y LEONARD
BERRY (1993). *Calidad total en la gestión de los servicios.* Editorial Díaz de Santos. España.